

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara *service convenience* terhadap kepuasan tamu di Crowne Plaza Bandung, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini secara keseluruhan tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *service convenience* di Crowne Plaza Bandung yang terdiri dari tujuh dimensi yaitu *decision making convenience*, *access convenience*, *scheduling convenience*, *registration & check-in convenience*, *transaction convenience*, *care delivery convenience* dan *post-consultation convenience* memiliki penilaian yang baik dari tamu dan berada dalam kategori tinggi. Artinya ketujuh dimensi tersebut bisa dijadikan strategi untuk mengatasi masalah kepuasan di Crowne Plaza Bandung. Dimensi *scheduling convenience* mendapatkan penilaian tertinggi. Pada *scheduling convenience* tamu merasakan kemudahan melalui perencanaan dalam membuat pertemuan dan ketepatan waktu dalam pertemuan dianggap sebagai hal paling utama yang dirasakan oleh tamu.
2. Tanggapan tamu mengenai kepuasan yang terdiri dari kinerja yang diharapkan dan dirasakan berada pada kategori tinggi. Diperoleh hasil bahwa keseluruhan tamu sudah merasa puas terhadap *service convenience*. Hal ini berarti *service convenience* yang dilakukan oleh Crowne Plaza Bandung sudah sesuai dengan harapan tamu. Nilai kepuasan tamu *PIC* yang paling tinggi terdapat pada kepuasan *care delivery convenience*. Hal ini dikarenakan kecepatan, kepekaan dan kepedulian dari karyawan dinilai penting oleh tamu karena akan berdampak pada kenyamanan dan kualitas pelayanan yang diberikan

karyawan dan tamu akan merasa bahwa sikap kenyamanan dan kualitas pelayanan yang baik akan membuat tamu merasa puas.

3. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara *service convenience* yang terdiri dari *decision making convenience*, *access convenience*, *scheduling convenience*, *registration & check-in convenience*, *transaction convenience*, *care delivery convenience* dan *post-consultation convenience* terhadap kepuasan tamu. Artinya semakin tinggi dimensi *decision making convenience*, *access convenience*, *scheduling convenience*, *registration & check-in convenience*, *transaction convenience*, *care delivery convenience* dan *post-consultation convenience* maka kepuasan tamu semakin tinggi. Namun secara parsial dimensi *post-consultation convenience* tidak memiliki pengaruh secara signifikan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai peningkatan *service convenience* yang berpengaruh terhadap kepuasan sebagai berikut:

### a. *Decision Making Convenience*

Untuk meningkatkan *decision making convenience* dalam kemenarikan program promosi paket *meeting* dalam situs *online*/media sosial dan *website* yang dimiliki oleh Crowne Plaza Bandung harus memiliki informasi mengenai promosi paket *meeting* yang jelas bagi tamu, harus memperhatikan kualitas konten pada media sosial dan *website* dan harus memasarkan promosi tersebut secara luas ke pasaran agar tamu dapat tertarik dan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang telah di *update* oleh hotel. Sebaiknya dalam media sosial/*website* tidak hanya menampilkan harga *meeting* tetapi *benefit* yang di dapatkan dalam paket *meeting* sebaiknya dijelaskan seperti *free LCD*, *screen*, *standar sound system*, *microphone*, *flipchart*, *notepad*, *candies*, *mineral water*, dan *flower*. Hal ini untuk membuat

tamu tertarik dengan program paket *meeting* yang dimiliki oleh Crowne Plaza Bandung.

b. *Access Convenience*

Untuk meningkatkan *access convenience* dalam kemudahan tamu untuk menuju hotel, Crowne Plaza Bandung sebaiknya perlu mempublikasikan maps di seluruh media sosial/*website* yang dimiliki oleh hotel dan membuat *maps* sejelas mungkin dengan konten yang detail, kemudian dengan menambahkan petunjuk arah menuju Crowne Plaza Bandung di setiap titik jalan menuju arah hotel. Hal tersebut agar memudahkan tamu hotel ketika akan menuju ke Crowne Plaza Bandung.

c. *Scheduling Convenience*

Untuk meningkatkan *scheduling convenience* dalam kesesuaian waktu karyawan dalam hal ketika akan membuat pertemuan dengan tamu, Crowne Plaza Bandung sebaiknya mengutus satu sales untuk satu tamu *PIC* hanya untuk satu penanggung jawab *meeting* di hari yang sama agar tidak mengganggu jadwal sales dengan tamu tersebut dan perlu memberikan strategi dengan melakukan program *discipline training* kepada karyawan secara rutin guna meningkatkan kedisiplinan dalam kesesuaian waktu. Hal ini untuk menjaga hubungan antara karyawan dengan tamu agar terciptanya kesan pertama yang positif dari tamu kepada karyawan.

d. *Registration & Check-in Convenience*

Crowne Plaza Bandung harus memperhatikan proses yang dilakukan oleh tamu ketika melakukan reservasi ruang *meeting*, pihak hotel sebaiknya mengurangi pengisian *form*/dokumen yang diberikan oleh hotel kepada tamu agar dapat mempermudah tamu dalam melakukan reservasi. Hal tersebut perlu di terapkan oleh Crowne Plaza Bandung dengan mengadakan *efficient & effective training* bagi karyawan sehingga dapat menciptakan hal positif kepada tamu dan tamu akan

tertarik untuk melakukan pembelian paket *meeting* di Crowne Plaza Bandung.

e. *Transaction Convenience*

Untuk meningkatkan *transaction convenience* dalam kecepatan informasi mengenai pembayaran DP yang disampaikan oleh sales kepada tamu sebaiknya Crowne Plaza Bandung memerlukan tindak lanjut dalam memecahkan masalah dan harus di perbaiki. Dalam keterlambatan pihak sales untuk menyampaikan informasi kepada tamu seperti ini dikarenakan oleh adanya *misscommunication* antara *finance departemen* dan *sales department*. Oleh karena itu sebaiknya pihak hotel lebih sering mengadakan rapat *internal* bagi setiap *departement* yang ada di Crowne Plaza Bandung sehingga dapat terus di evaluasi dan memperbaiki mengenai *performance* ketika menghadapi tamu.

f. *Care Delivery Convenience*

Crowne Plaza Bandung harus memperhatikan tentang interaksi karyawan dalam hal keramah tamahan yang baik dengan tamu untuk menjalin hubungan yang baik antar *user* dan pelanggan. Dalam memberikan pelayanan *service convenience* sebagai suatu strategi di harapkan karyawan selalu menjaga *Standard Operational Procedure (SOP)* dan prinsip-prinsip pelayanan yang telah ditetapkan salah satunya adalah keramah-tamahan. Maka sebaiknya pihak Crowne Plaza Bandung harus sering melakukan *training* mengenai *standar grooming, greeting* dan *gesture* kepada karyawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada tamu.

g. *Post Consultation Convenience*

Untuk meningkatkan *post consultation convenience* dalam kecepatan untuk mendapatkan bukti pelunasan sebaiknya Crowne Plaza Bandung perlu memberikan strategi dengan dengan mengadakan pelatihan untuk karyawan dengan melakukan *delivery of product and service*

*training* yang baik dan benar. Hal tersebut perlu di terapkan dengan tujuan agar semua karyawan Crowne Plaza Bandung memiliki kecepatan dalam penyampaian service yang diberikan kepada tamu sehingga kebutuhan tamu dapat tercukupi dan dapat menciptakan respon yang positif.

2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *service Convenience* Crowne Plaza Bandung diketahui bahwa penilaian terhadap sub variabel *post-consultation convenience* mendapat penilaian terendah, sehingga diharapkan pihak manajemen Crowne Plaza Bandung mengoptimalkan kinerjanya dalam meningkatkan persepsi tamu untuk mempermudah dan mempercepat proses pemberian bukti pelunasan biaya *meeting* kepada tamu, hal ini dikarenakan sales Crowne Plaza Bandung tidak focus terhadap satu *meeting* di hari yang sama dan focus terhadap *meeting* yang lainnya. Dan akan sangat baik untuk meningkatkan kecepatan proses pemberian bukti biaya pelunasan *meeting* dilakukan dengan cara satu tamu *meeting* di damping oleh satu orang sales ketika kegiatan *meeting* dilakukan sehingga tidak terjadi penundaan pelayanan karena sales melayani tamu *meeting* lainnya.
3. Untuk meningkatkan kepuasan tamu melalui pelaksanaan *service convenience* di Crowne Plaza Bandung agar lebih difokuskan pada tingkat *care delivery convenience*, dimana pihak manajemen Crowne Plaza Bandung dapat memberikan kecepatan, kepekaan dan kepedulian dari karyawan kepada tamu semakin maksimal sehingga dapat mempertahankan kepuasan tamu melalui *care delivery convenience* yang memiliki pengaruh paling besar pada kepuasan tamu.
4. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *service convenience* berpengaruh terhadap *kepuasan pelanggan* sehingga diharapkan pihak hotel lebih meningkatkan kualitas kinerja karyawan dengan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, adanya pelatihan mengenai cara membuat pelayanan yang baik dan efisien, standar *Grooming*, *Greeting* dan *Gesture*

*dan* program untuk meningkatkan *product knowledge* yang harus dimiliki oleh karyawan.

5. Penulis menyadari dalam penelitian ini tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan. Saran selanjutnya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut diluar variabel yang diteliti, misalnya mengenai customer value, service recovery, service excellence, customer behavior dengan menggunakan metode yang berbeda. Begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki kekurangan dan keterbatasan karena hanya dilakukan pada tamu *PIC* di Crowne Plaza Bandung. Para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup keseluruhan segmen tamu yang pernah menginap di Crowne Plaza Bandung.